

2019年度 決算説明会



2020年4月28日

説明原稿

2019年度 決算ご説明の前に

このたびの新型コロナウイルスに罹患された方々と、
感染拡大により生活に影響を受けている方々に、心からお見舞い申し上げます。

罹患された方々の一日も早い回復をお祈り申し上げるとともに、
世界各国における新型コロナウイルス感染症の流行が
一刻も早く収まることを祈っております。

今回の新型コロナウイルスにおける当社の対応については、
本日の決算説明の中でもご説明いたします。

2019年度 決算についてご説明する。

1. 2019年度 決算概況

2. 2020年度 主な取組み

説明原稿

第1部では、2019年度の決算概況 について、

第2部では、2020年度の主な取組み

についてご説明する。

2019年度 決算概況

IFRS

(億円)	2018年度 通期 (1)	2019年度 通期 (2)	増減 (2) - (1)	増減率
営業収益	48,408	46,513	-1,896	-3.9%
営業利益	10,136	8,547	-1,590	-15.7%
当社株主に帰属する当期利益	6,636	5,915	-721	-10.9%
フリー・キャッシュ・フロー	6,194	7,986	+1,792	+28.9%
設備投資	5,937	5,728	-210	-3.5%

◆ 本資料における連結財務数値等は会計監査人による監査前のもの
◆ フリー・キャッシュ・フロー算定にあたっては、期間3ヶ月超の資金運用を目的とした金融商品の取得、償還及び売却による増減を除く。また、2019年4月1日より、IFRS第16号「リース」の適用を開始したことに伴い、リースに関する費用の表示科目が経費及び通信設備使用料から減価償却費に変更されたが、本数値は、当該影響等を除いた値

説明原稿

2019年度の決算概況について。

営業収益は 前年同期比 1,896億円減の 4兆6,513億円
営業利益は 1,590億円減の 8,547億円

また、当社株主に帰属する当期利益は 721億円減 の 5,915億円
フリー・キャッシュ・フローは三井住友カード株式譲渡などの影響などにより
1,792億円増の 7,986億円となった。

新料金プラン「ギガホ」「ギガライト」のお客さま還元影響などにより
減収減益の決算ではあるが、営業利益は年間予想の8,300億円を上回って着地した。

セグメント別 実績

IFRS

(億円)		2018年度 通期 (1)	2019年度 通期 (2)	増減 (2) - (1)
通信事業	営業収益	39,771	36,870	-2,901
	営業利益	8,663	7,065	-1,598
スマートライフ 領域	営業収益	8,895	9,977	+1,082
	営業利益	1,473	1,481	+8
	営業収益	4,482	5,437	+955
	営業利益	692	325	-367
	営業収益	4,413	4,540	+127
	営業利益	781	1,156	+375

◆2019年7月1日付の組織変更に伴い、従来の事業セグメント区分上では、スマートライフ事業に含まれていたサービスの一部を、その他の事業へと変更している。これに伴い、前連結会計年度のセグメント情報を当連結会計年度のセグメント区分に基づき作成し、開示している。

説明原稿

セグメント別の実績について。

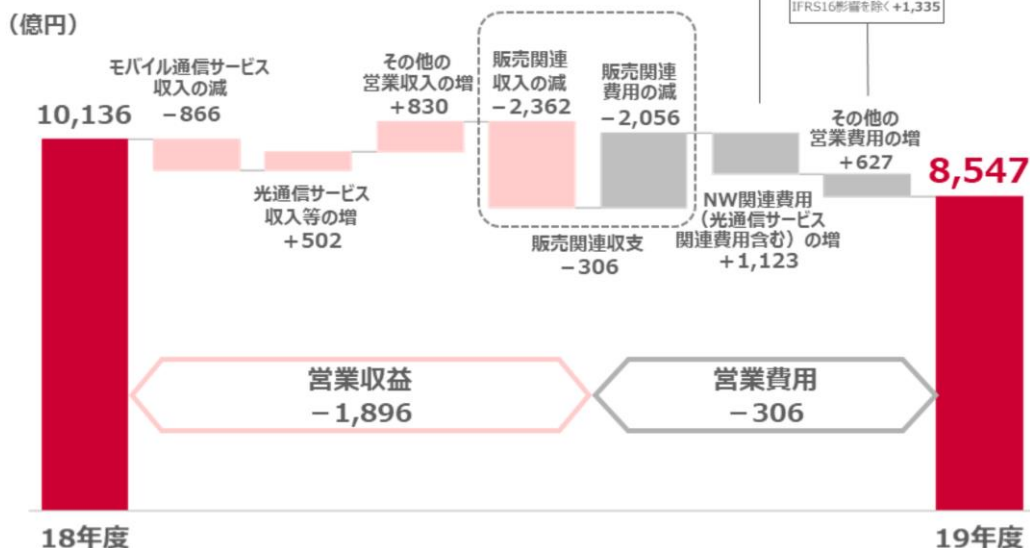
「通信事業」は
営業収益が2,901億円の減、営業利益は 1,598億円の減

「スマートライフ事業」と「その他の事業」を合わせた「スマートライフ領域」は
営業収益が 1,082億円の増、営業利益は 8億円の増 となった。

「スマートライフ事業」については
NTTぷららの連結子会社化などにより、営業収益は955億円の増となる一方で、
営業利益はd払いや映像系サービスの積極的な販売促進などの影響もあり、
367億円の減となった。

営業利益の増減要因

IFRS



◆ 販売関連費用は端末機器原価、代理店手数料の合計
◆ NW関連費用は減価償却費、固定資産除却費、通信設備使用料の合計

説明原稿

営業利益の前年同期比での増減要因について。

営業収益は 1,896億円の減 となった。主な要因としては、

- モバイル通信サービス収入が お客さま還元影響の拡大などにより 866億円の減
- 光通信サービス収入などは 502億円の増
- その他の営業収入は NTTぷららの子会社化などに伴い830億円の増
- 販売関連収入は 端末卸売販売数の減などにより 2,362億円の減

一方、営業費用は スマートライフ事業において積極的な販売促進に伴う費用増があったものの、端末機器原価の減などにより 306億円の減となった。

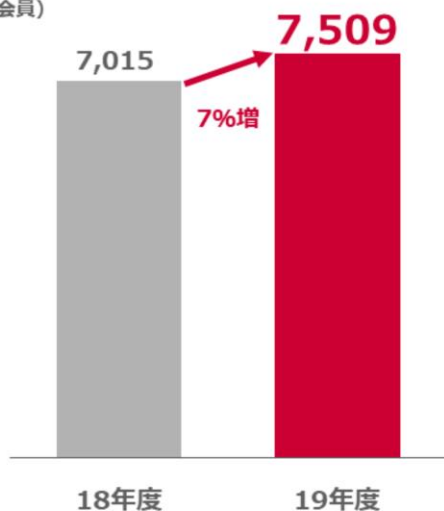
結果、営業利益は 1,590億円減の 8,547億円となった。

dポイントクラブ会員数

dポイントクラブ会員数

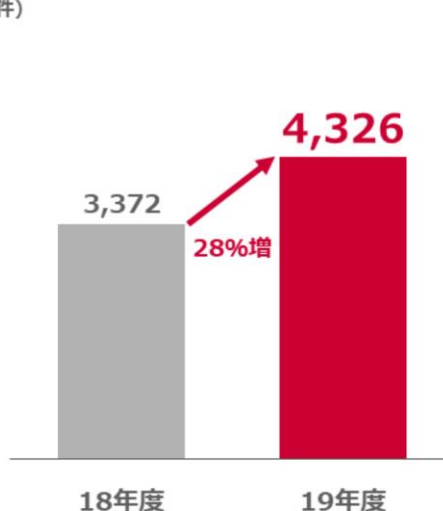
7,500万突破

(万会員)



dポイントカード登録数

(万件)



◆ dポイントカード登録数は利用者の情報を登録することで、提携先でdポイントを貯める・使うことができるお客さまの数

説明原稿

dポイントクラブ会員数について。

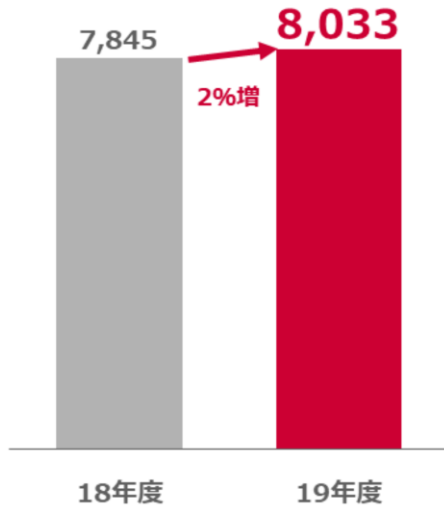
dポイントクラブ会員数は7,500万を突破し、7%増の7,509万となった。

そのうち、街のお店などの提携先でdポイントが使えるdポイントカードの登録数は28%増の4,326万となった。

携帯電話契約数

8,000万突破

(万契約)



解約率



◆ ハンドセット解約率はスマートフォンとフィーチャーフォンの解約率

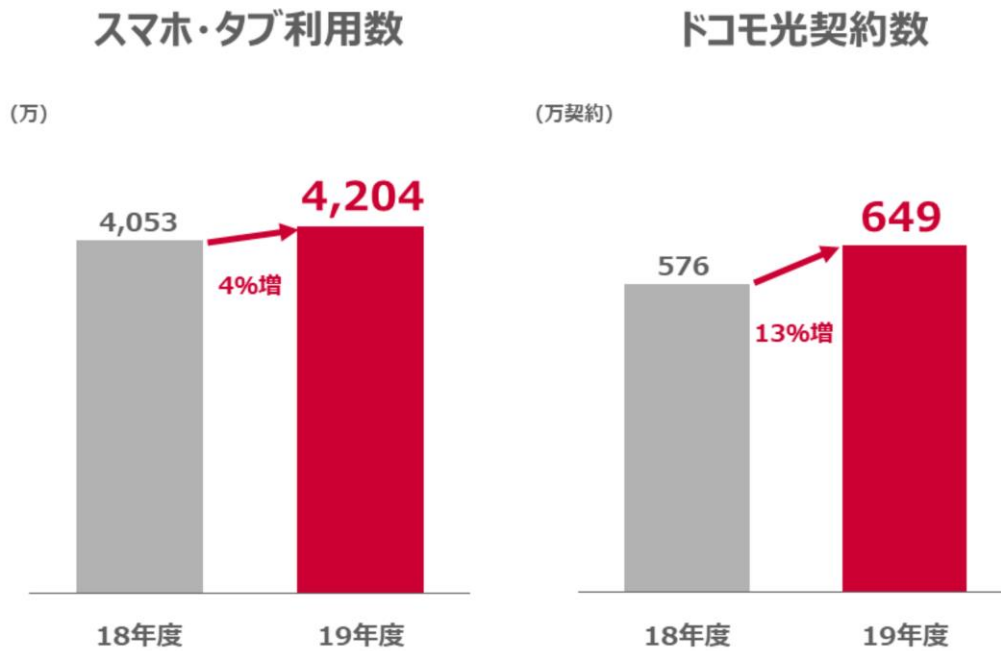
説明原稿

通信事業のオペレーション状況について。

携帯電話契約数は 8,000万を突破し、2%増の 8,033万となった。

解約率はMVNOを除いたベースで 0.54%となった。

また、ハンドセット解約率は、競争環境が変化する、激化する中でも、新料金プランの移行促進やスマートフォンへのマイグレーションなどの取組みにより、0.44%と引き続き低い水準となった。



説明原稿

スマホ・タブ利用数は4%増の 4,204万となった。

『はじめてスマホ購入サポート』など各種施策の実施により、引き続き、フィーチャーフォンからスマートフォンへのマイグレーションに取り組んでいく。

ドコモ光契約数は 13%増の 649万 となった。

お申込み件数 1,700万突破

》5G ギガホ

ギガホ

》5G ギガライト

ギガライト

3月31日
1,651万



- ◆ 新料金プランはギガホ、5Gギガホ、ギガライト、5Gギガライト、ケータイプラン、キッズケータイプラン、データプラス、5Gデータプラス
- ◆ 新料金プランのお申込み件数は2020年4月17日 1,700万突破

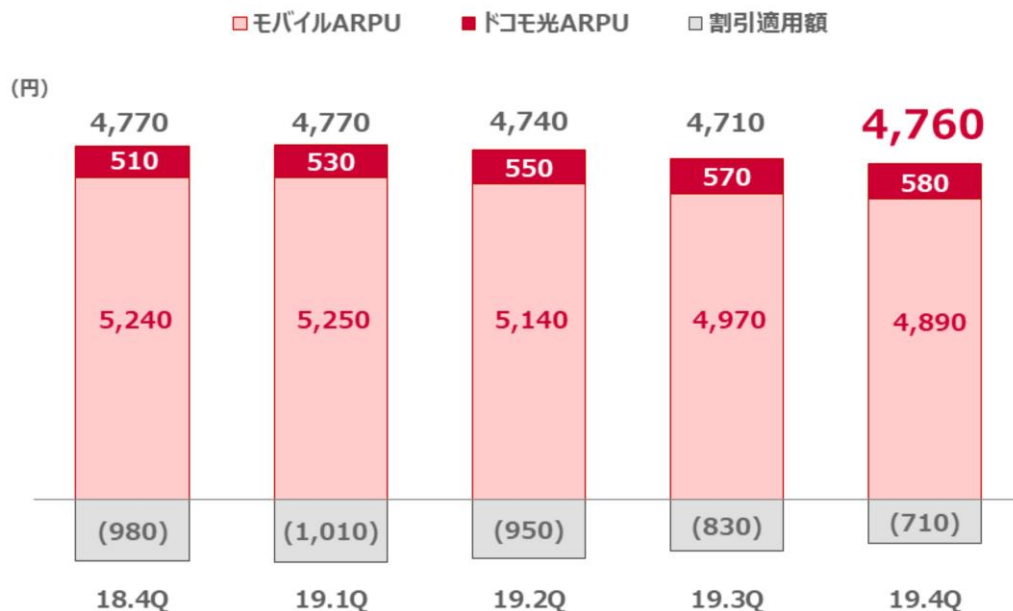
説明原稿

新料金プランについては、引き続きお客さまから大変ご好評いただいております、お申込件数は3月末時点で1,651万となり、4月17日には1,700万を突破。

3月末では目標の1,700万には少し届かなかったが、概ね達成できた。

顧客基盤のさらなる強化に向けて、引き続き、新料金プランへの移行を積極的に進めていく。

ARPU



- ◆ ARPUの定義については、Appendixを参照
- ◆ モバイルARPU、ドコモ光ARPUは割引適用額除き
- ◆ 割引適用額には月々サポート、docomo with、ドコモ光セット割が含まれる

説明原稿

ARPU について。

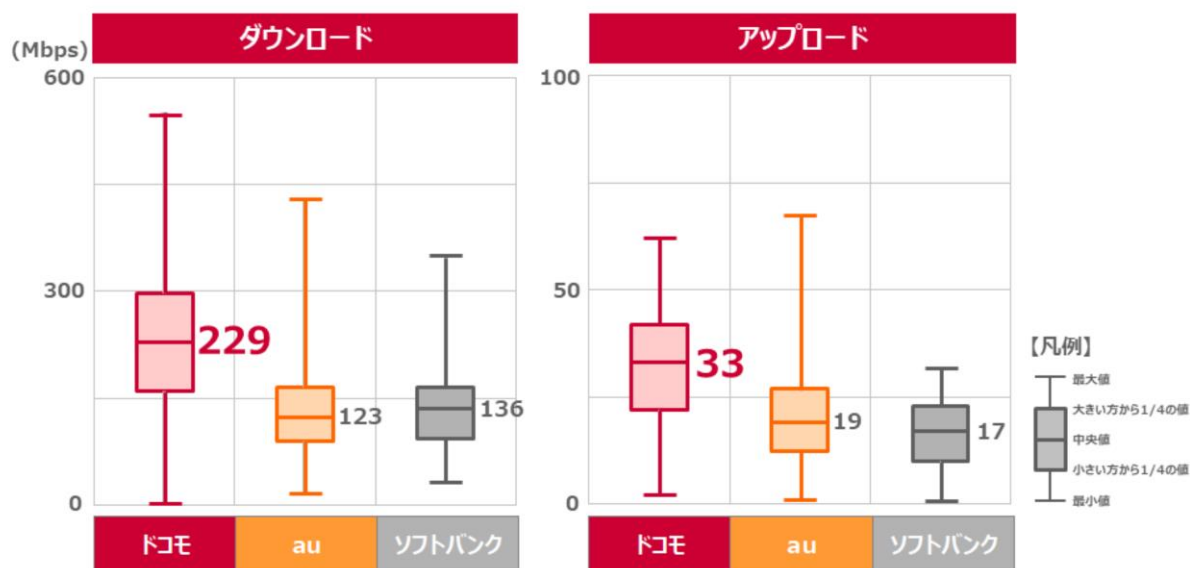
第4四半期の 総合ARPUは、各種割引影響を含んだベースで 4,760円。

ドコモ光契約数の増加はあるものの、
新料金プランなどのお客さま還元影響の拡大により、
対前年同期比 10円減となった。

ネットワークの実効速度

NTT docomo

昨年に引き続き、ダウンロード・アップロードともに最速



◆ 総務省が定めた「実効速度に関するガイドライン」に基づき計測。他社数値は他社HP掲載データ(2020年3月末現在)により集計。グラフ内の数値は、AndroidとiOSの計測結果を集計した値
◆ 計測時期・計測都市を含む調査手法の詳細は各社公表資料を参照
◆ 「最速」は中央値による比較。

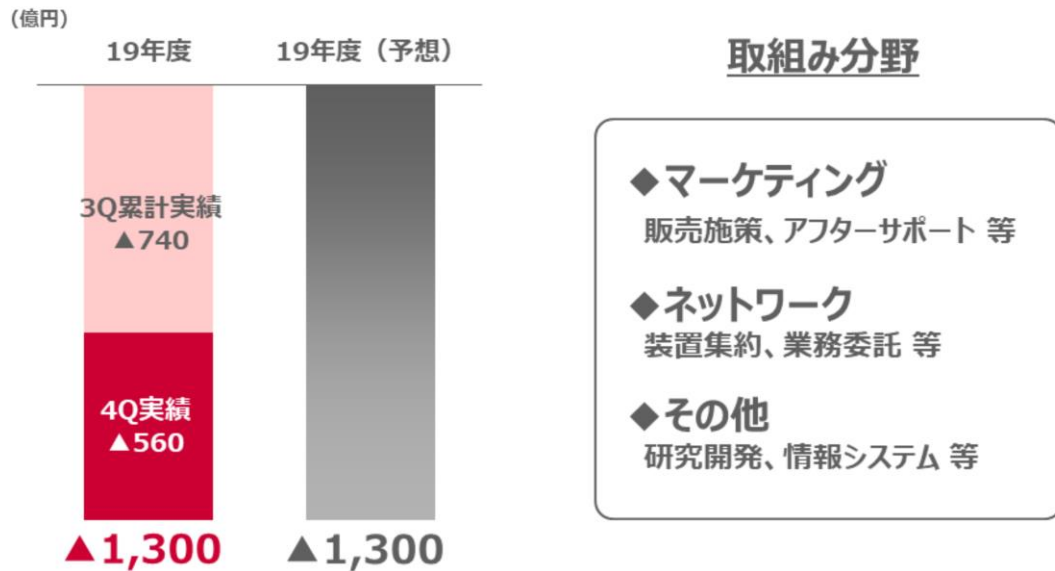
10

説明原稿

ネットワークについて、実効速度の他社比較として
総務省のガイドラインに従って各社が公表した実効速度を集計した。

ご覧のとおり、昨年に引き続き、ダウンロード・アップロードともに国内最速となった。
引き続きお客さまにとって、より快適なネットワークの構築をめざす。

コスト効率化



◆コスト効率化の数値は対前年度比

説明原稿

コスト効率化について。

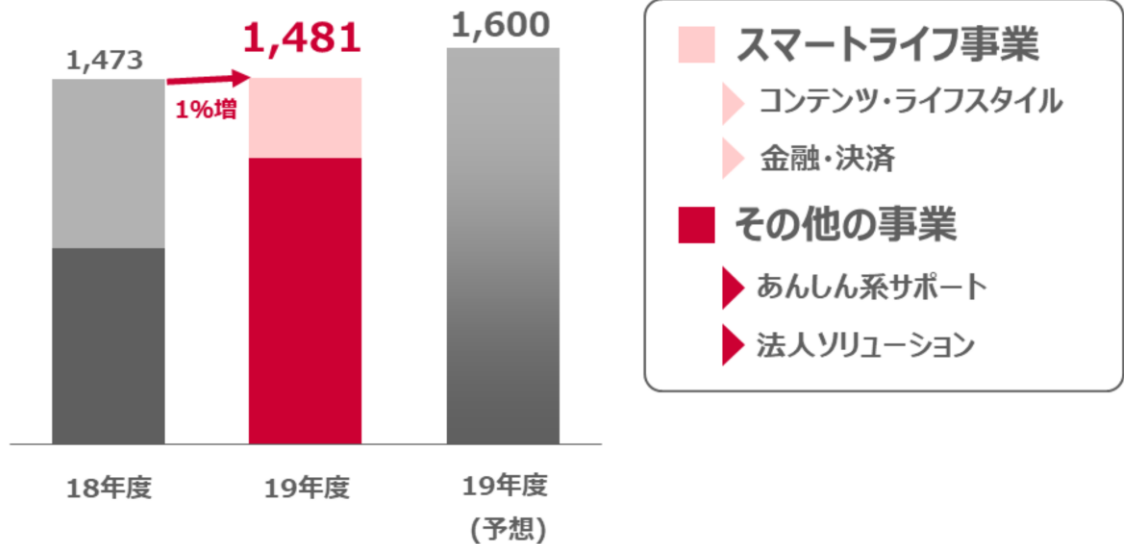
第4四半期単独では560億円、2019年度累計では1,300億円のコスト効率化を実施し、業績予想を達成した。

2020年度も引き続きコスト効率化に取り組んでいく。

スマートライフ領域 営業利益

(億円)

主なサービス



説明原稿

スマートライフ領域の営業利益について。

先ほども申し上げた通り、
d払いや映像系サービスの積極的な販売促進などの影響もあり、
年間予想の1,600億円に対しては未達となった。

なお、営業利益 1,481億円のうち 各カテゴリーの割合は、

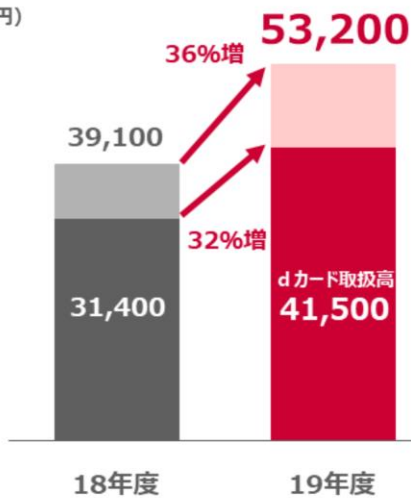
- dTV や DAZN for docomo などの「コンテンツ・ライフスタイル」が 約15%
- dカード や d払い 等の「金融・決済」が 約5%
- ケータイ補償サービス 等の「あんしん系サポート」が 約60%
- 「法人ソリューション」を含むその他で 約20%

となった。

金融・決済取扱高

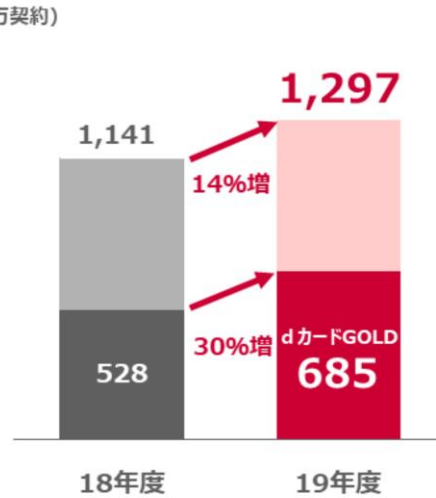
5兆円突破

(億円)



dカード契約数

(万契約)



◆ 取扱高は2019年度累計であり、dカード取扱高及びiD、d払い、料金収納代行等の取扱高が含まれる

◆ 2019年11月19日にdカードminiをd払いにサービスを統合したことに伴い、以下の修正を行っている。

① dカード取扱高からdカードminiの取扱高を除き、d払いの取扱高として計上。② dカード契約数からdカードmini契約数を除く。

13

説明原稿

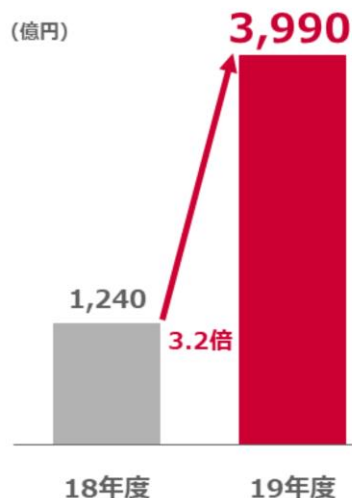
金融・決済サービスについて。

金融・決済取扱高は、
前年同期比で 1兆4,100億円増の 5兆3,200億円
そのうち、dカード取扱高は、
前年同期比で 1兆100億円増の 4兆1,500億円となった。

年間通した様々なキャンペーンの実施や
昨年10月からのキャッシュレス・ポイント還元事業などの効果もあり、
取扱高は5兆円を突破し、大幅に増加している。

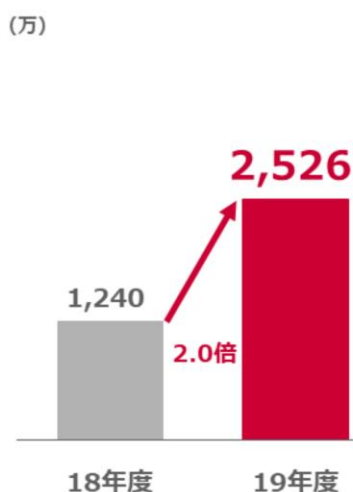
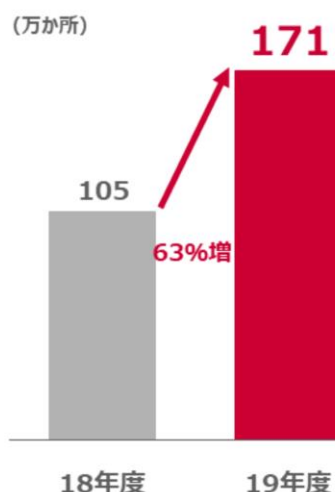
dカード契約数は 14%増の 1,297万となった。
そのうち、dカードGOLD は引き続き契約数を伸ばし、30%増の 685万契約となった。

d払い取扱高



d払いユーザー数

2,500万突破

決済・ポイント
利用可能箇所

◆ d払い取扱高は2019年度累計であり、d払いコード決済及びネット決済、d払い(iD)決済の取扱高の合計

◆ d払いユーザー数はd払いアプリダウンロード数とd払い(iD)会員数の合計

◆ 決済・ポイント利用可能箇所はdポイント・iD・d払い決済（コード決済およびネット決済）利用可能箇所の合計。但し、19年度については、iD利用可能箇所は2020年2月末実績。

14

説明原稿

d払いについて。

d払い取扱高は、
前年同期比 3.2倍の 3,990億円となり、大幅に増加している。

利用者拡大のため年間通して様々な d ポイント還元キャンペーンを実施してきた結果、
d払いユーザー数は2,500万を突破し、2倍の 2,526万となった。

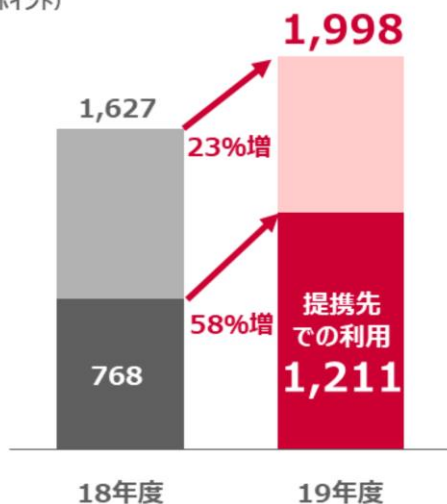
また、新たに「ユニクロ」や「吉野家」などにご利用いただけるようになるなど、
「d払い」加盟店は、順調に拡大している。

決済・ポイント利用可能箇所は、前年同期比 63%増の171万か所となった。

引き続き、d払い加盟店の拡大、サービス強化などを通じ、
キャッシュレス決済の普及・拡大に取り組んでいく。

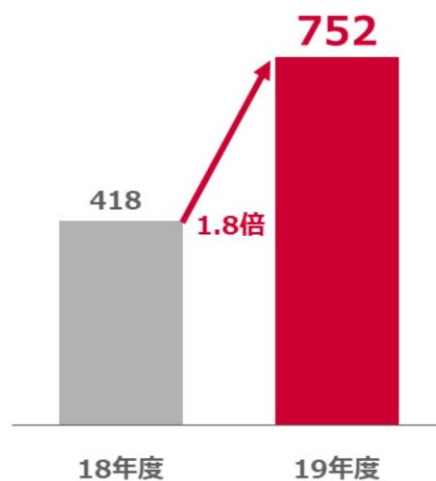
dポイント利用

(億ポイント)



dポイント提携先

(銘柄)



◆ dポイント提携先はdポイントを貯める・使うことができるブランド・サイト数の合計

説明原稿

dポイントについて。

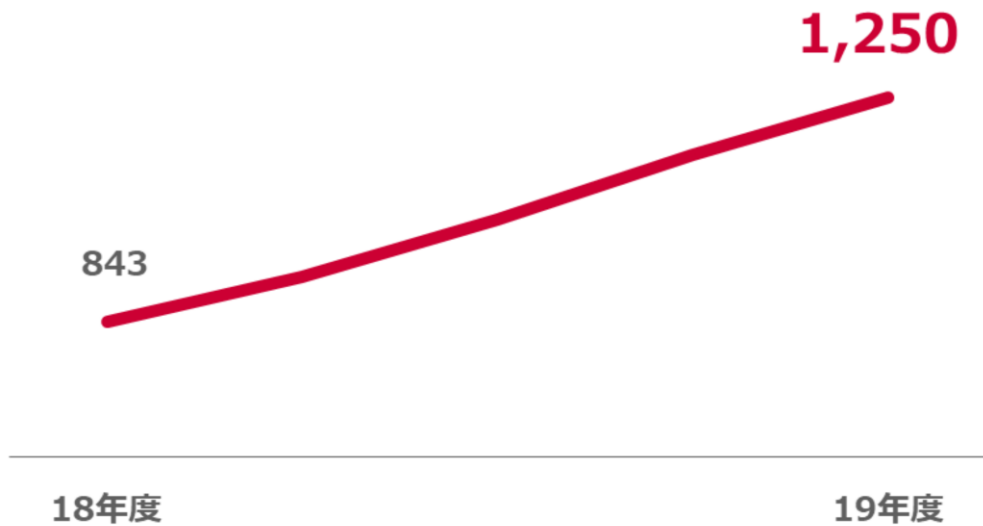
dポイント利用は、前年同期比 23%増の 約2,000億ポイントとなり、国内有数の共通ポイントへ成長したと考えている。

そして、「dポイント」取扱い店舗の継続的な拡大に努めた結果、6割にあたる1,211億ポイントが提携先で利用されている。2,000億ポイントの6割が提携先で利用されている。

また、dポイント提携先は 1.8倍の 752となり、引き続き順調に増加している。

+d パートナーの拡大

+d パートナー数 約1.5倍に拡大



◆ +dパートナー数はドコモのビジネスアセットの強みをプラスすることで新たな価値を協創したパートナー数

説明原稿

+d の拡大について。

+d パートナーは 約1.5倍の1,250まで増加し、引き続き順調に拡大している。

今後もパートナーの皆さまと共に +d による協創を加速していく。

beyond宣言の取組み状況①

お客さまへの価値・感動

宣言 1

マーケット
リーダー

5G商用サービス 提供開始

全国150か所 500局で運用スタート（3月25日 提供開始）

宣言 2

スタイル革新

Tリーグ「トップパートナー」契約を締結

5Gを用いた先端技術を活用し、公式映像の高度化と観戦体験を最大化。Tリーグ会員IDと「dアカウント」との連携によりデジタルマーケティングを推進（3月18日 報道発表）

宣言 3

安心快適
サポート

ドコモショップでの災害対策強化

太陽光発電システムを245店舗に設置(3月末) 20年度約500店舗に設置拡大
ドコモショップ全店に水害対策用土嚢を配備

説明原稿

次に、中期戦略2020「beyond宣言」の取組み状況について。

「お客さまへの価値・感動」の提供に向けた取組みについては、

【宣言1】として、一番大きなものであるが「5G商用サービス」の提供を開始した。

【宣言2】として、Tリーグ「トップパートナー」契約を締結した。

【宣言3】として、ドコモショップへの太陽光発電システムの設置や、水害対策用土嚢の配備など、ドコモショップにおける「災害対策」を強化した。

beyond宣言の取組み状況②

パートナーとの価値・協創

宣言 4

産業創出

「ドコモオープンイノベーションクラウド(dOIC)」 提供開始

低遅延、高セキュリティ等、MEC（Multi-access Edge Computing）の特長を持つクラウドサービス（3月25日 提供開始）

宣言 5

ソリューション
協創

「5G」に対応した多様なソリューションを パートナーと協創

22の協創ソリューションの受付を開始（3月25日）

宣言 6

パートナー
商流拡大

シスコとクラウド型の電話システムにおける協業を開始

「Cisco Webex Calling」とドコモのクラウド型電話ソリューションの連携により、多様な働き方の実現を支援（3月2日 提供開始）

説明原稿

次に、「パートナーとの価値・協創」に向けた取組みについて、

【宣言4】として、「ドコモオープンイノベーションクラウド」の提供を開始した。

【宣言5】として、「5G」に対応した多様なソリューションをパートナーと協創した。

【宣言6】として、シスコとクラウド型の電話システムにおける協業を開始した。

ここでご紹介した以外にも、様々な取組みを実施しており、
「beyond宣言」の実行、豊かな未来の実現に向けて、取組みを加速していく。

2019年度の主要な取組み

「beyond宣言」発表以降 着実に実行

	1Q	2Q	3Q	4Q
宣言 1 マーケット リーダー	● 新料金プラン「ギガホ」「ギガライト」 ● +メッセージ機能拡充	● d払いウォレット	● ドコモのプランについてくるAmazonプライム ● Disney DELUXE セット割	● 5Gサービス開始 ● ギガホ 60GB増量キャンペーン
宣言 2 スタイル革新	● FACE LOG	● dミールキット	● embot共同事業	● Tリーグ トップパートナー契約 ● 5Gに対応した7サービス
宣言 3 安心快適 サポート		● あんしんバックモバイル ● あんしんバックホーム	● ドコモショップでのデータ移行、初期設定サポート	● d wi-fi ● ドコモショップでの災害対策強化
宣言 4 産業創出	● タッチで会話	● グアム島 5Gサービス開始 ● おしゃべり案内板		● 5Gに対応した22ソリューション
宣言 5 ソリューション 協創	● docomo IoT製造ライン分析		● 国内人口分布統計（リアルタイム版） ● OMNI edge	● dOIC
宣言 6 パートナー 商流拡大	● dポイントファンコネクトSP	● レンディングPF	● Showcase Gig 資本・業務提携	● 日興フロッギー + docomo

説明原稿

「beyond宣言」の2019年度の実践について、ご覧の通り。

お客さま接点の進化に向けた取組みや、5Gサービス開始に向けた取組みなど、宣言1から6について着実に実行してきた。

日経Smart Work経営調査

NIKKEI
Smart Work
★★★★★ 2020 Best 23

3年連続 最上位である5つ星を獲得

NIKKEI
Smart Work
Awards 2020 テクノロジー活用部門

日経Smart Work大賞2020
「テクノロジー活用部門賞」を受賞

働き方改革を通じて生産性革命に挑む先進企業を選定

健康経営優良法人2020



「ホワイト500」に
4年連続認定

PRIDE指標2019



「ゴールド」を4年
連続で受賞

- ◆ 日経Smart Work経営調査：人材活用力、イノベーション力、市場開拓力、経営基盤の4つの要素から企業を格付け
- ◆ 健康経営優良法人2020：経済産業省による、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人を評価
- ◆ PRIDE指標：任意団体「work with Pride」による、職場におけるLGBTなどのセクシュアル・マイノリティへの取組の評価指標

説明原稿

ESG評価について。

「日経Smart Work経営調査」において、3年連続で最上位である 5つ星を獲得し、さらに、日経Smart Work大賞2020（ニセンニジュウ）において、「テクノロジー活用部門賞」を受賞した。

また、働き方改革への取組み等が評価され、健康経営優良法人2020（ニセンニジュウ）において「ホワイト500」に4年連続認定され、LGBTの取組みに関するPRIDE指標において「ゴールド」を4年連続で受賞した。

3,000億円の自己株式取得を完了 取得した自己株式は全て消却済

	実施結果	取得枠	実施率
▶ 取得金額	： 3,000億円	3,000億円	100%
▶ 取得株数	： 1億660万株	1億2,830万株	83%
▶ 消却	： 1億660万株	-	-
(消却前の発行済株式総数に対する割合 3.20%)			

◆ 取得株数及び取得金額に記載の数値は、2019年4月26日開催の取締役会における決議内容に基づき取得した自己株式の累計（取得期間：2019年5月7日～2020年3月9日（約定ベース））
◆ 自己株式の消却は、2020年4月2日に実施

21

説明原稿

自己株式の取得について。

3,000億円、1億660万株の自己株式取得を完了。

取得した自己株式は、4月2日に全て消却済。

今後も資本効率を意識した経営を推進していく。

中期オペレーション指標の進捗

	2018年度	2019年度	目標（2021年度）
dポイントクラブ会員数	7,015万会員	7,509万会員	7,800万会員
法人パートナー数	2,487	3,400	5,000
決済・ポイント利用可能箇所	105万か所	171万か所	200万か所
金融・決済取扱高	3.9兆円	5.3兆円	6兆円
法人ソリューション収益	730億円	890億円	1,200億円

	2018年度	2019年度	目標（2019年度）
待ち時間+応対時間	平均2時間超	65分	2018年度の約半分に

	2018年度	2019年度	目標（2019～2023年度累計）
5Gインフラ構築等投資額	-	520億円	1兆円

◆ 決済・ポイント利用可能箇所はdポイント・iD・d払い決済（コード決済およびネット決済）利用可能箇所の合計。但し、19年度については、iD利用可能箇所は2020年2月末実績。 22

説明原稿

2018年度第2四半期決算で発表した
中期オペレーション指標の2019年度実績はご覧の通り。

目標に向け、着実に進捗している。

2019年度 決算サマリー

- ▶ 営業利益 8,547億円 年間業績予想を達成
- ▶ 5Gサービスを商用開始。新たな価値を創造し、社会課題の解決にも貢献
- ▶ 新料金プラン 1,651万。顧客基盤をさらに強化
- ▶ dポイントクラブ会員数 7,500万突破。提携先・ポイント利用も順調に拡大
- ▶ ネットワーク実効速度 ダウンロード・アップロードともに2年連続で国内最速
- ▶ 金融・決済取扱高 5兆3,200億円。d払い取扱高も大幅に増加
- ▶ コスト効率化 1,300億円 業績予想を達成
- ▶ 3,000億円の自己株式の取得を完了。資本効率を意識した経営を推進

説明原稿

2019年度 決算サマリーはご覧の通り。

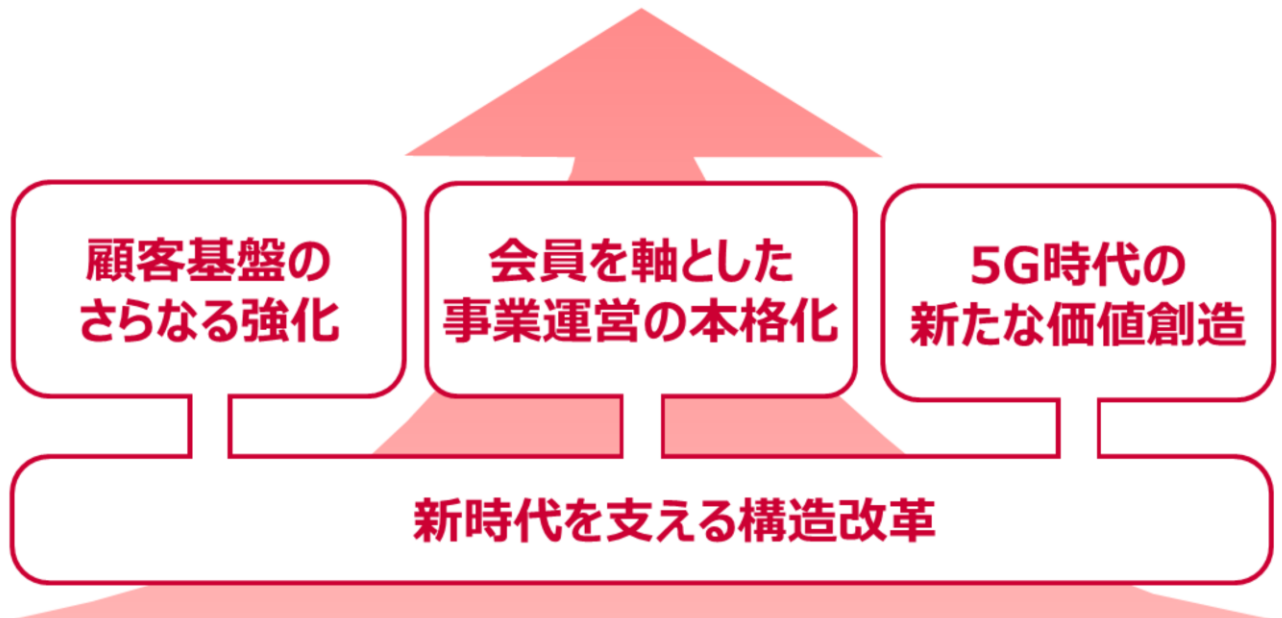
1. 2019年度 決算概況

2. 2020年度 主な取組み

説明原稿

第2部では、2020年度の主な取組みについてご説明する。

新時代の成長に向けたスタートの年



説明原稿

2020年度は「新時代の成長に向けたスタートの年」と位置付けている。

新時代というのは2020年代のことである。

ご覧の3つの取組みと、それらを支える構造改革にしっかりと取り組む。

3つの取組と構造改革について、次のページで詳しく説明する。

2020年度 主な取組み②

顧客基盤の さらなる強化

- ・ 店頭・Webでの顧客体験磨き上げ、dポイントの魅力度向上
- ・ 魅力的な料金、5Gの早期展開

会員を軸とした 事業運営の本格化

- ・ 会員との強い顧客接点構築、デジタルマーケティングの高度化
- ・ 金融・決済、マーケティングソリューション等、成長分野の強化

5G時代の 新たな価値創造

- ・ パートナーとの協創による新たなソリューションの本格展開
- ・ 映像を中心とした新たな体感・体験の実現

新時代を支える 構造改革

- ・ DXによる業務プロセス効率化、成長分野へのリソースシフト
- ・ 3Gマイグレーション強化による事業運営のスリム化

説明原稿

1つ目は「顧客基盤のさらなる強化」

店頭・Webにおける顧客体験の磨き上げに加え、リクルート社やメルカリ社との連携をはじめとして、日常的に利用できる加盟店を更に拡大し、会員プログラムの魅力度を高める。

2つ目は「会員を軸とした事業運営の本格化」

日々使うアプリやメディアなどを通じて会員との強い顧客接点を構築し、デジタルマーケティングによる最適なアプローチを実施。ドコモおよびパートナーのサービス利用、ソリューション事業の拡大へ繋げる。

3つ目は「5G時代の新たな価値創造」

パートナーとの協創による新たなソリューション創出を加速する。
5Gについては、この後で詳細をご説明する。

そしてそれらを支える「構造改革」

DXにより、あらゆる業務プロセスを効率化する。
これまでとは違う仕事のやり方をする事で成長分野へのリソースシフトを実施する。

これらにより、2020年代の持続的成長に向けて、新たなスタートを切る。

5Gの取組み①

NTT docomo



新たな価値創造・社会課題解決の推進

3月25日スタート

20年度の取組み

ネットワーク

全国150箇所、
500局からスタート

O-RANの推進・ミリ波の展開

デバイス

スマートフォン6機種、
データ端末1機種の計7機種

対応機種の拡大
(普及モデルへの展開)

サービス

5Gの特徴を活かした
7サービスを提供開始

音楽・ゲーム・映像・スポーツ等
新たな体験・体感の追求

ソリューション

「22ソリューション」「ドコモオープン
イノベーションクラウド」の提供開始

リモート型社会に対応した価値創造
(医療・教育・製造等)

◆ O-RAN Alliance (Open Radio Access Network Alliance) : 5Gをはじめとする次世代の無線アクセスネットワークを、より拡張性が高く、オープンでインテリジェントにすることを目的とした国際標準化団体

27

説明原稿

5G商用サービスを3月25日からスタートした。

新型コロナウイルスの感染拡大により、
社会構造、産業構造に大きな変化が生じていくことが想定される。
ドコモはそういったものをしっかりと受け止めて、
5Gを通じて、新たな価値創造や社会課題解決を推進していきたい。

今後の取組みとして、

ネットワークでは、ミリ波による展開を開始するとともに、
特に、無線ネットワークのオープン化とインテリジェント化に向けてO-RANを積極的に
推進していく。

デバイスでは、5Gの普及拡大に向け、フラッグシップモデルだけでなく
普及モデルにもラインナップを拡大していく。

サービスでは、既に7つの新たなサービスを提供開始したが、新体感ライブや、
スポーツのマルチアングル視聴など、5Gを通じて新しい形の体験・体感を実現し、
同時に新型コロナウイルス対策にも貢献していく。

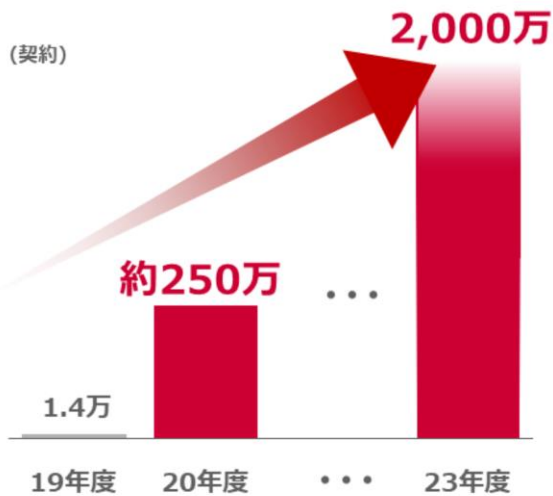
ソリューションでは、まさに5Gの特徴を活かし、医療における遠隔診断や、
教育におけるリモート学習支援、製造業におけるオンライン型業務の拡大など、
今後ますますリモート型へとシフトする社会構造の変化に貢献する。

5Gの取組み②

docomo

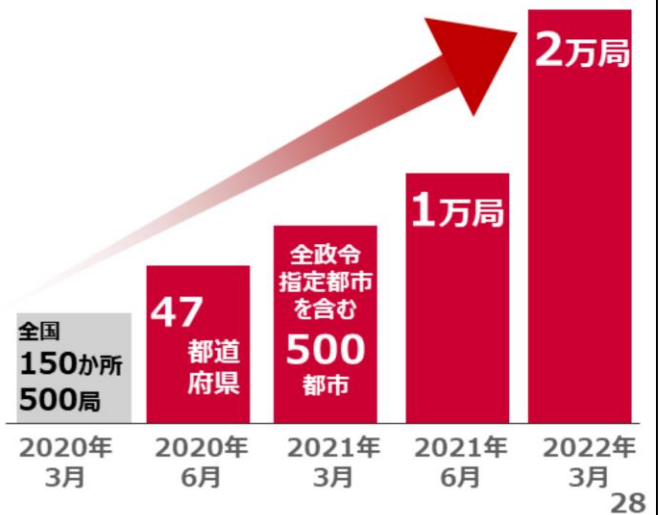
契約者拡大イメージ

2023年度中に
2,000万契約規模をめざす



5Gエリア展開イメージ

5Gエリアを積極展開



28

説明原稿

5Gの契約数については、
2020年度に、約250万契約をめざし、
2023年度に、2,000万契約規模をめざす。

5Gのエリアについては、積極的なエリア展開に取り組み、
2021年3月に、全政令指定都市を含む500都市へ展開し、
その一年後、2022年3月に、2万局の展開をめざす。

新型コロナウイルスに伴う対応

d^{NTT} docomo

携帯電話料金等のお支払い期限延長	お支払い期限が2020年2月末日以降の料金について、お申し出があった場合に、お支払い期限を5月末まで延長
失効dポイント再進呈	2020年3月・4月中に失効したdポイントについて再進呈
U25向け支援措置	2020年4月～6月について、25歳以下の「1GB追加オプション」および「スピードモード」を50GBまで無償化 (本日、6月までの延長を発表)
「dヘルスケア」アプリ オンライン健康相談を無償提供	新型コロナウイルスを含めた不安や健康面の悩みを、 医師へ24時間チャット相談できるサービスを期間限定で dアカウントユーザーへ無償提供
テレワーク実現支援	テレワーク・在宅勤務によるコミュニケーション手段や 遠隔地との情報共有を円滑に行うためのサービスを提供
「モバイル空間統計 [®] 」を 利用した人口変動分析の提供	「モバイル空間統計」を利用して、緊急事態宣言前後に おける主要エリアの人口変化を分析し、政府、自治体、 メディア等に継続提供

29

説明原稿

新型コロナウイルスに伴う対応。

刻一刻と変化する状況に対して、通信事業者としての社会的責任を果たすべく、
安定的な通信サービスの提供に努めている。

ご覧の通り、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う様々な対応を実施。
具体的には

「携帯電話料金等のお支払い期限の延長」、
「失効dポイントの再進呈」、
遠隔授業等の学生の通信環境を確保するため、25歳以下のお客さまに向けた
支援措置を実施し、本日、6月末まで期間延長することを発表した。
また、健康面の悩みなどを医師へ24時間チャットで相談できる「dヘルスケア」の
健康相談サービスを無償で提供。dアカウントをお持ちの方はどなたでもご利用いただける。

法人のお客さまには、テレワークの実現支援、円滑に行うためのサービスを提供。

さらには、「モバイル空間統計」を利用して、緊急事態宣言前後における主要エリアの
人口変化を分析して政府やメディアなどに提供し、外出自粛の啓発に貢献。

なお、全国のドコモショップ及びコールセンターにおいて、受付体制を縮小しており、
お客さまにはご不便をおかけするが、更なる感染拡大防止のため、
Webでのお手続きの積極的なご利用をお願い申し上げます。
TVCMなどでもPRをさせて頂いている。

新型コロナウイルスの主な影響

項目		影響	要因
モバイル 通信 トラフィック	音声	増加	対面コミュニケーション機会の減少による通話増
	データ	微増	在宅率の高まりにより自宅でのインターネット利用の増加が想定されるが、モバイルデータ通信への影響は限定的
	国際 ローミング	大幅減	渡航者・来訪者の減
端末・サービス販売		減少	営業時間短縮等による来店者数の減 端末物品の納入遅れ 4Gや5Gへのマイグレーションの減速
スマート ライフ	コンテンツ・ ライフスタイル	微増	在宅需要の高まりにより利用増
		微減	店頭での販売減少によるユーザー獲得の減
	金融・決済	減少	新規ユーザー獲得の減 外出自粛や消費の落ち込みによる金融決済取扱高の減
設備投資		減少	NW物品納入・建設工程の遅れによる設備投資の遅延

◆上記は、事業の業績に影響を与える項目とその影響の度合い及び要因について、すでに発生し、今後も想定される主なものを示していますが、これに限るものではありません。なお、影響の度合いについては収益・利益の増減を示すものではありません。

説明原稿

新型コロナウイルスの影響が非常に多方面におよぶ。

現時点で想定される主な影響はこちら。

ここに示しているもの以外にも影響は存在し、これに限るものではないが、例えば、

モバイル通信トラフィックにおいては、
渡航者・来訪者の減などによる、国際ローミングの大幅減。

来店者数の減などによる、端末・サービス販売の減少。

スマートライフにおいては、幾つかの分野で微増微減あるいは減少。

NW物品納入の遅れなどによる、設備投資の減少。

など、様々な影響が想定される。

2020年度 業績予想などについて NTT docomo

- 新型コロナウイルス影響により、業績予想の合理的な算定が困難であることから、2020年度の業績予想は、現段階では非公表。
- 今後の業績への影響を慎重に見極め、合理的な算定が可能となった時点において速やかに開示を予定。
- 2020年度の1株あたりの年間配当金予想は120円とし、前年度の水準を維持。

31

説明原稿

只今申し上げた新型コロナウイルス影響により

業績予想の合理的な算定が困難であることから、
2020年度の業績予想は、現段階では非公表。

今後の業績への影響を慎重に見極め、合理的な算定が可能となった時点において
速やかに開示を予定。

一方で、2020年度の1株あたりの年間配当金予想については120円とし、
前年度の水準を維持。



選ばれ続け つながり続ける 強いICTサービスパートナーへ

32

説明原稿

新型コロナウイルス感染症の流行は、
世界、日本、当社におきましても、大きな試練であると受け止めており、
この試練を、全社一丸となって乗り越えていく。

通信事業者としての使命である通信サービスの安定運用に努めるとともに、
ドコモが果たすべき役割、ドコモだからこそできることを考え、
新型コロナウイルスの感染拡大の防止、そして今後ますますリモート型へとシフトする
社会構造の変化に対応し、新たな価値創造や社会課題の解決に取り組む。

いつか、あたりまえになることを。



Appendix

セグメントに含まれる主なサービス等

通信事業

モバイル通信サービス

・5Gサービス ・LTE (Xi) サービス ・FOMAサービス ・国際サービス ・端末機器販売 等

光通信サービス及びその他の通信サービス

・光通信サービス ・衛星電話サービス 等

スマートライフ事業

コンテンツ・ライフスタイルサービス

・d TV ・d ヒッツ ・d ショッピング ・d ファッション ・d トラベル ・d マガジン ・d フォト ・d ヘルスケア

・DAZN for docomo ・(株)NTTふらら ・(株)オークローンマーケティング ・タワーレコード(株) 等

金融・決済サービス

・d カード ・d カードGOLD ・iD ・d 払い ・料金収納代行 等

その他の事業

あんしん系サポート

・ケータイ補償サービス ・あんしん遠隔サポート 等

法人ソリューション

・法人IoT ・システム開発・販売・保守受託 等

ARPUの定義および算出方法

① ARPUの定義

ARPU (Average monthly Revenue Per Unit) : 1利用者当たり月間平均収入

1利用者当たり月間平均収入 (ARPU) は、1利用者当たりの各サービスにおける平均的な月間営業収益を算出するために用います。ARPUは通信サービス収入（一部除く）を、当該期間の稼働利用者数で割って算出されています。こうして得られたARPUは1利用者当たりの各月の平均的な利用状況及び当社による料金設定変更の影響を分析する上で有用な情報を提供するものであると考えています。

② ARPUの算定式

総合ARPU : モバイルARPU + ドコモ光ARPU

・モバイルARPU : モバイルARPU関連収入（基本使用料、通話料、通信料）÷稼働利用者数

・ドコモ光ARPU : ドコモ光ARPU関連収入（基本使用料、通話料）÷稼働利用者数

※割引適用額除きのARPUについては、関連収入より割引適用額を除外し算出

③ 稼働利用者数の算出方法

当該期間の各月稼働利用者数（(前月末利用者数 + 当月末利用者数) ÷ 2）の合計

④ 利用者数は、以下のとおり、契約の数を基本としつつ、一定の契約の数を除外して算定しています。

利用者数 = 契約数

- －通信モジュールサービス、「電話番号保管」、「メールアドレス保管」、「ドコモビジネスランシーバー」並びに仮想移動体通信事業者（MVNO）へ提供する卸電気通信役務及び事業者間接続に係る契約数
- － 5G契約、Xi契約及びFOMA契約と同一名義のデータプラン契約数

なお、通信モジュールサービス、「電話番号保管」、「メールアドレス保管」、「ドコモビジネスランシーバー」、MVNOへ提供する卸電気通信役務及び事業者間接続に係る収入並びに「dポイント」等に係る収入影響等は、ARPUの算定上、収入に含めていません。

予想の前提条件その他の関連する事項

本資料に記載されている、将来に関する記述(業績予想を含む)を含む歴史的事実以外のすべての記述は、当社グループが現在入手している情報に基づく、現時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。また、予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、予想を行うために不可欠となる一定の前提(仮定)を用いています。これらの記述ないし事実または前提(仮定)は、客観的には不正確であったり将来実現しなかったりする可能性があります。また、その原因となる潜在的リスクや不確定要因はいずれも当社グループの事業、業績または財政状態に悪影響を及ぼす可能性があり、実際の業績等は様々な要因により予想と大きく異なる可能性があります。それらの潜在的リスクや不確定要因については、当社が公表している最新の有価証券報告書及び四半期報告書をご参照ください。

本資料に記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標又は登録商標です。